

# 20 مرض يدمر الشركات!!

دراسة أعدها البروفيسور Richard Watson  
من جامعة يل الأمريكية.



تمرض الشركات وقد متوت إذا ظهرت بها بعض أو كل هذه  
الظواهر وتتجح إذا تجنبتها

## 1 -استقالة الكفاءات

○يفرح بعض المدراء بالاستقالة المجانية التي يقدمها الموظفين ولكن الكارثة في أن بعض هؤلاء الموظفين أصحاب خبرات وكفاءات حقيقية تؤثر في استمرار المؤسسة.



## 2 -عدم إضافة عملاء جدد

○تجمد عدد العملاء مؤشر خطير يوضح بداية تجمد حقيقي لدماء المؤسسة وينظر بقرب النهاية الحتمية.



### 3 -انكماش متوسط مبيعات العملاء الأوفياء

○ لكل مؤسسة عملاء أوفياء وثقوا بها ويعتبر من ضمن المؤشرات الهامة انخفاض متوسط مبيعات هؤلاء الأوفياء.



## 4 -تراجع حجم الأرباح المعاد استثمارها داخل المؤسسة

○ يعبر توقف إعادة الاستثمار داخل المؤسسة مؤشر  
عن نضب الأفكار الجديدة للمنتجات أو الخدمات.



## 5 -عدم إضافة منتجات جديدة

○العالم في تطور مستمر وينبغي أن تدخل أي مؤسسة منتجات أو خدمات جديدة كل 6 اشهر على الأكثر.



## 6 -مركزية القرار.

○ الإدارة البيروقراطية العقيمة تعتمد استراتيجية الرأي  
الأوحد والسيادي وتتعمد تغييب آلية التشاور وخاصة في  
القضايا الهامة.



## 7 -خلل مستمر في نظام ودقة المعلومات.

○ تعيش المؤسسات بقدر ما تحفظه ذاكرتها من معلومات تقنية وإدارية وتمرض ثم تموت إذا تعرض نظام المعلومات إلى خلل بقصد أو بدون قصد.





## 8 -انتشار التملق.

○ أحد الأمراض الخبيثة في المجتمع ولاسيما الشركات  
مرض التملق وينتشر مثل المرض الخبيث بين جميع  
مستويات المؤسسة فلأسف يتم تقريب التافهين  
ويتم تدمير الكفاءات.



## 9 -الترقية حسب الأقدمية والولاء.

○ وتزيد الطينن بله أن يتم ترقية القدامى والأكثر ولاءً  
للرؤساء ويتم تهميش الكفاءات وعزلهم.



## 10 - غياب او رداءة خدمة ما بعد البيع.

○ يظن بعض المدراء أنه ملك السوق فيهمل خدمة ما بعد البيع ويجعلها في ذيل الاهتمامات مما يضعف الثقة لدى العملاء.



## 11 -الاستدانة المفرطة.

○ يستسهل بعض المدراء موضوع التسهيلات البنكية بدون دراسة جدوى حقيقية مما قد تجعلها سيف عليها.



## 12 -التقشف في التسويق.

○ أنشطة التسويق غاية في الأهمية ومن يبخل على التسويق يعرض شركته ومنتجاتها للنسيان حتما.



## 13 -رفض الأفكار الجديدة.

○الأفكار الجديدة مثابة دماء تسري في عروق المؤسسة لكي تكتبها شباب دائم ومتجدد.



## 14 - ضعف الربحية.

○ مؤشر ضعف الربحية بالنسبة لإجمالي الاستثمار  
يعتبر من المؤشرات الخطيرة جداً لنا أن المؤسسة  
تحتضر وستموت حتماً.



## 15 - غياب العناصر الشابة في الطاقم القيادي للمؤسسة.

○ من أهم مقومات استمرار المؤسسات في الزمن هو الدفع بالعناصر الشابة في جميع المستويات الإدارية ولاسيما المستوى القيادي.





## 16 - كثرة الصراعات.

○ الصراعات بين مدراء الإدارات أو الموظفين أو الشركاء تدعونا جميعا للترحم على هذه المؤسسة.



## 17 -تراكم المخزون الراكد.

○ فرح البعض أنه يحقق خطة الإنتاج ولكنه لا يبيع فتنحول الأموال إلى منتجات مخزنة وهذه كارثة خطيرة وتضع المؤسسة في موقف مالي صعب جدا  
( تعسر دورة رأس المال ).



## 18 - غياب أو ضعف ميزانية التدريب والتطوير.

○ يهمل كثير من المدراء عنصر التدريب والتطوير المستمر للقوى العاملة مما يؤدي لتجمد فكر المؤسسة وعدم تطورها.



## 19 -الاعتماد على عميل اساسي واحد.

○كارثة الكوارث أن تعتمد المؤسسة على عميل واحد  
تعيش بإرادته وتموت إذا تغير مزاجه.



## 20 -ارتفاع نسبة التكاليف الثابتة من مجموع التكاليف.

○يبالغ البعض في التجهيزات الإدارية والبنية التحتية بدون دراسات جادة وحقيقية عن مدى الاستفادة منها فتصبح التكاليف الثابتة ضخمة تؤثر على إجمالي التكاليف فتخرج المؤسسة من السوق بسبب التكلفة المرتفعة للمنتجات.

إن معرفة هذه المؤشرات يساعد المدراء و الشركاء على اتخاذ الإجراءات الوقائية والعلاجية الضرورية لضمان البقاء. لكن التحدي الشائع هو الخوف من التغيير و الرغبة في البقاء في منطقة الأمان.